

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ — ВАРНА

# КУРСОВ ПРОЕКТ

ДИСЦИПЛИНА:

***Маркетингови изследвания***

---

РАЗРАБОТИЛ:

.....  
***.....курс, пак, № .....***

---

СПЕЦИАЛНОСТ:

***Статистика и иконометрия***

---

22.05.2004 г.

Варна

## I. Изготвяне на оферта за маркетингово проучване

Фирма IBS market agency със седалище гр. Варна съществува от 5 години. Основана е на 19.08.1999 година. Предмет на дейността ѝ са проучванията основно в стопанския сектор. IBS market agency осигурява и информационно брокерство за фирми-клиенти, занимаващи се главно с търговска дейност.

От 2 години агенцията усъвършенства начина си на провеждане на маркетингови изследвания, като разработва свои проучвателни проекти чрез набиране на нужната информация от директни източници и чуждестранна информационна агенция. Такива проекти са сравнителен анализ при решаване на даден маркетингов проблем и изследване на конкурентната среда, в която фирмата-клиент работи.

IBS market agency се стреми да генерира, да натрупа и да разпространи максимално адекватни на маркетинговото изследване данни, които биха обогатили Маркетинговата Информационна Система (МИС) и биха улеснили мениджърите при вземане на решения. Тези решения могат да бъдат свързани с предприемане на нови бизнес пъти, стратегии за развитие на дейността на фирмата-клиент и др.

За IBS market agency основен стремеж при изследване на различни маркетингови проблеми остава да спазва принципите за обективност, за коректност и вярност на информацията.

## II. Поръчка за решаване на маркетингов проблем

На IBS market agency се възлага да проведе маркетингово проучване, чрез което **да се установят причините за спада на продажбите на продукти с марката Diesel.**

Изследването е поръчано от фирма ‘Спорт интернешънъл’ – гр. Варна, чиято собственост е веригата магазини ‘Планета Спорт’. Там се предлагат облекла, обувки, аксесоари, парфюми и др. продукти Diesel.

Маркетинговият проблем тук е **спадът на продажби на стоки с марка Diesel.** Изследването, което IBS market agency следва да проведе: ще осигури информация на мениджърите на ‘Спорт Интернешънъл’ за решаването на този проблем - за това какви стъпки би трябвало да се предприемат за увеличаване търсенето на марка Diesel; ще набере качествена информация за успеха на рекламната кампания и степента на разпространението ѝ в гр. Варна; ще осигури информация за това какво респондентите знаят за марката и кои от тях я предпочитат.

### III. Определяне вида на изследването

Проучването на IBS market agency ще е под формата на анкета. Тъй като IBS market agency се интересува от разрешаването на конкретен маркетингов проблем, има смисъл да се изследват само статистически единици, които са информирани за марката или са нейни клиенти. В този случай запитаните ще са само клиенти на магазин ‘Планета Спорт’ (проучването се провежда в гр. Варна), т. е. клиентът ще е с неслучаен характер и по-конкретно, анкетата ще е типологична извадка.

Единиците на изследването отговарят на определен критерий - те са клиенти на магазина, в който е заинтересован изследователят. Ето защо анкетата може да се проведе в самия магазин. В този смисъл извадката може да се възприеме и като извадка според отзовалите се.

### IV. Анализ на въпросите в анкетната карта на IBS market agency

1. Как научихте за съществуването на магазин ‘Планета Спорт’?

- от приятели
- от реклама по радиото
- от рекламен билборд
- минавам често оттук

2. Често ли посещавате този магазин?

- за пръв път ми
- отскоро влизам
- от време на време влизам
- да, винаги, когато минавам оттук

3. Колко често пазарувате от ‘Планета Спорт’?

- никога не съм пазарувал
- понякога, но рядко
- често си купувам по нещо
- винаги пазарувам

Тази група въпроси съставя уводния блок на анкетата, това са встъпителни въпроси, имат за цел да определят дали респондентите са активни клиенти на магазина. Чрез тях и чрез последващите въпроси става ясно колко от редовните клиенти предпочитат марка Diesel.

Правят се изводи и за това необходима ли е по-сериозна реклама на самия магазин, в който Diesel се предлага.

4. Кога научихте, че Diesel е вече на българския пазар?

- не знам, че съществува  
 съвсем отскоро знам  
 знам много отдавна

5. Каква е Вашата реакция на рекламата на Diesel - 'For successful Living' по телевизията?

ентузиизирана                      мн.благосклонна                      благосклонна                      неутрална                      неблагосклонна

6. Вашата оценка на рекламната кампания на Diesel за новата колекция 'Jungle call'

изключително добра                      много добра                      донякъде добра                      донякъде лоша                      много лоша

Този блок въпроси съдържа знание за информираността на респондентите относно марката, дали тя е добре позната сред клиентите и как рекламната кампания влияе на мнението им за Diesel. Така мениджърите могат да разберат донякъде дали понижаването на продажбите се дължи на слаба реклама.

Чрез балансирана скала за измерване на нагласи, с акцент върху цялостната оценка (въпрос  6) и небалансираната скала с акцент върху общото мнение (въпрос  5) изследователят добива информация за това доколко рекламата и начините за разпространение на Diesel сред хората трябва да се усъвършенства и обнови.

7. За последен път си купихте продукт с марка Diesel преди:

- 2 дни  
 2 седмици и повече  
 2 месеца и повече  
 никога не съм купувал

8. Вие предпочитате:

- дрехи с марка Diesel

- обувки Diesel*
- аксесоари Diesel*
- нищо едно от посочените*

9. Ако трябва да избирате между Diesel и други марки облекла и обувки в магазин, кои бихте избрали?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> <i>Fred Perry</i> | <input type="checkbox"/> <i>Guess</i>       |
| <input type="checkbox"/> <i>Pepe Jeans</i> | <input type="checkbox"/> <i>други марки</i> |

С въпрос 7; 8; 9 става ясно с каква честота приблизително са осъществявани продажби от марка Diesel и от кои артикули, които фирмата предлага. 9-ти въпрос цели да представи предпочитанията на клиентите спрямо другите стоки в магазина и дали спадът на продажбите на Diesel се дължи на нововъведения сред останалите марки.

Може да се изясни още и кои от предлаганите Diesel-артикули се купуват повече или по-малко за посочените периоди от време.

10. Кои са предпочитаните от Вас други марки облекла?

.....

.....

11. Какво според Вас би разнообразило колекциите на Diesel за следващия сезон? Какво бихте добавили към тазгодишната колекция?

.....

.....

Тези въпроси са отворени. Чрез тях се дава възможност на респондента самостоятелно да даде свободно описание на своята преценка.

За изследователя става ясно кои са конкурентните фирми на пазара и дали високата конкуренция е една от причините за спада на продажбите.

Чрез информацията от 10-ти и 11-ти въпрос мениджърите се улесняват до известна степен при вземане на решения за нови бизнес стратегии във връзка с обновяване, допълване и разнообразяване на продуктите си.

Въпросите с отворен отговор не бива да са повече, тъй като могат да затруднят респондентите и да усложнят изследването. Освен това при повече отворени въпроси е по-голям рискът да грешат - често респондентите не им отговарят.

12. Как бихте оценили ръста на цените на предлаганите стоки, спрямо Вашите възможности?

МНОГО ВИСОК                      висок                      среден                      нисък                      МНОГО НИСКЪК

13. Каква оценка бихте дали на качеството на продуктите Diesel напоследък?

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10      11      12

по-скоро лошо                      средно                      по-скоро добро                      много добро                      отлично

14. Имали ли сте случай на рекламация на закупена стока от Diesel

да     не

Този блок въпроси включва отново скали за измерване на наглси. Категориите в скалата на 13-ти въпрос са вербално описани, тъй като целят качествена характеристика, а категориите в скалата на въпрос  12 имат числово описание, защото целта им е да дадат количествена оценка на ръста на цените.

12-ти и 13-ти въпрос улесняват отговора за това доколко стоките Diesel са достъпни за клиентите и как те оценяват качеството им. Това би облекчило мениджърите при изготвяне на ценови листи и ценовата политика на фирмата въобще, доколкото това е възможно при реалните пазарни условия.

14-ти въпрос осигурява чисто статистически данни за това колко често биват осъществявани рекламации на изследваните продукти. Тази информация може да послужи при качествения контрол на фирмата.

15. До каква сума беше последната Ви покупка от артикули Diesel?

- до 50 лв  
 от 5 до 100 лв  
 от 100 до 200 лв  
 над 200 лв

16. Как бихте оценили предлаганите Diesel продукти на пазара по следните характеристики? (за всяка характеристика посочете позицията си от 1 до 7)

евтини	1	2	3	4	5	6	7	скъпи
висококачествени	1	2	3	4	5	6	7	нискокачествени
отличен дизайн	1	2	3	4	5	6	7	лош дизайн
удобни	1	2	3	4	5	6	7	неудобни
спорни	1	2	3	4	5	6	7	египанни
модерни	1	2	3	4	5	6	7	тривиални

17. Вие сте:

*мъж*

*жена*

18. Към коя възрастова група спадате?

*15|20 години*

*20|25 години*

*25|30 години*

*над 30 години*

15-ти и 16-ти въпрос имат заключителен характер. те дават обобщаващи данни за качество, цени и други преценки по характерни признаци. 17-ти и 18-ти въпрос също са заключителни, т. е. представят паспортни данни за респондентите. Така изводите на изследователя се свеждат по демографски критерии и по пол на изследваните единици.

## V. Завършеният вид на анкетата:

Завършеният вид на анкетата е показан в Приложение.

Маркетингово изследване за установяване причините за спада на продажбите на стоки с марка Diesel

! Моля попълнете анкетния лист, като отбележите избраните от вас отговори с кръстче в празните квадратчета

# ПРИЛОЖЕНИЕ



Маркетингово изследване за установяване причините за спада на продажбите на стоки с марка

Diesel

! Моля попълнете анкетния лист, като отбележите избраните от вас отговори с кръстче в празните

квадратчета

## АНКЕТЕН ЛИСТ

1. Как научихте за съществуването на магазин 'Планета Спорт'?

- от приятели
- от реклама по радиото
- от рекламен билборд
- минавам често оттук

2. Често ли посещавате този магазин?

- за пръв път ми
- отскоро влизам
- от време на време влизам
- да, винаги, когато минавам оттук

3. Колко често пазарувате от 'Планета Спорт'?

- никога не съм пазарувал
- понякога, но рядко
- често си купувам по нещо
- винаги пазарувам

4. Кога научихте, че Diesel е вече на българския пазар?

- не знам, че съществува
- съвсем отскоро знам
- знам много отдавна

5. Каква е Вашата реакция на рекламата на Diesel - 'For successful Living' по телевизията?

ентузиизирана  
неблагоклонна

мн.благоклонна

благоклонна

неутрална



6. Вашата оценка на рекламната кампания на Diesel за новата колекция 'Jungle call'

изключително добра

много добра

донякъде добра

донякъде лоша

много лоша



7. За последен път си купихте продукт с марка Diesel преди:

- 2 дни
- 2 седмици и повече
- 2 месеца и повече
- никога не съм купувал

8. Вие предпочитате:

- дрехи с марка Diesel
- обувки Diesel
- аксесоари Diesel
- нито едно от посочените

9. Ако трябва да избирате между Diesel и други марки облекла и обувки в магазин, кои бихте избрали?

- Fred Perry
- Pepe Jeans
- Guess
- други марки

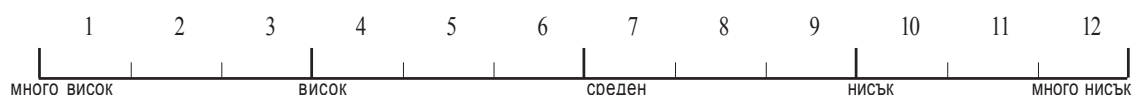
10. Кои са предпочитаните от Вас други марки облекла?

.....  
.....

11. Какво според Вас би разнообразило колекциите на Diesel за следващия сезон? Какво бихте добавили към тазгодишната колекция?

.....  
.....

12. Ка бихте оценили ръста на цените на предлаганите стоки, спрямо Вашите възможности?



13. Каква оценка бихте дали на качеството на продуктите Diesel напоследък?



14. Имали ли сте случай на рекламация на закупена стока от Diesel

да  не

15. До каква сума беше последната Ви покупка от артикули Diesel?

- до 50 лв  
 от 5 до 100 лв  
 от 100 до 200 лв  
 над 200 лв

16. Как бихте оценили предлаганите Diesel продукти на пазара по следните характеристики? (за всяка характеристика посочете позицията си от 1 до 7)

евтини	1	2	3	4	5	6	7	скъпи
високо качествени	1	2	3	4	5	6	7	ниско качествени
отличен дизайн	1	2	3	4	5	6	7	лош дизайн
удобни	1	2	3	4	5	6	7	неудобни
спортни	1	2	3	4	5	6	7	елегантни
модерни	1	2	3	4	5	6	7	тривиални

17. Вие сте:

мъж  жена

18. Към коя възрастова група спадате?

- 15 до 20 години  
 20 до 25 години  
 25 до 30 години  
 над 30 години